

ОТРАСЛЕВОЙ РАЗБОР · МЕДИЦИНА И КЛИНИКИ

Реклама эвтаназии животных в Яндекс Директе: сколько стоит заявка и как запустить

Данные обезличенного медиаплана, июль 2026 · Москва, Москва и область

29 543

показов в месяц — ёмкость спроса

548 ₽

цена клика при полном охвате, на скромном бюджете — от 146 ₽

3 037–8 098 ₽

цена обращения (оценка до запуска)

208 937 ₽

бюджет в месяц, чтобы автоматика обучилась

Экспертиза digital-агентства «Купи Слова»

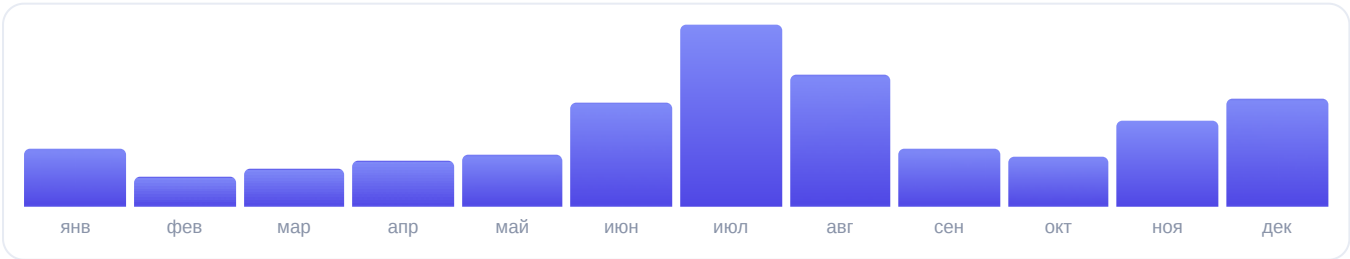
Сайт агентства	kupislova.ru
Телефон	+7 (495) 988-09-08
Статья на сайте	kdirect.ru/reklama/reklama-evtanaziya-zhivotnyh-moskva-moskva-i-obl
Регион разбора	Москва, Москва и область

Имени рекламодателя и запросов по чужим брендам в разборе нет.

ЗАПРОС	ПОКАЗОВ/МЕС	СТАВКА ВХОДА, ₽
усыпление животных	4 422	1 133–1 156
усыпление животного	4 422	1 133–1 156
усыпление животных на дому	2 669	1 242–1 265
эвтаназия животных	1 765	1 104–1 156
усыпить собаку на дому	1 493	1 559
усыпить животное	1 432	1 186
эвтаназия на дому	1 000	1 213–1 279
усыпление кошек	945	1 163–1 191
эвтаназия собак	934	677–681
усыпить собаку на дому цена	837	1 661
усыпление собак на дому	715	1 483–1 486
усыпление собаки на дому	715	1 483–1 486
усыпить кошку на дому	665	1 301
эвтаназия животных на дому	643	1 069–1 133
усыпление животных москва	595	1 119–1 160
усыпление кошек на дому	356	1 347–1 354
усыпить собаку на дому москва	345	1 636
усыпление собаки цена	272	884
эвтаназия животных цена	255	815–898
усыпление животных цена	242	1 006–1 034

Сезонность спроса

×1,0 = средний месяц года



В цифрах: январь — 21 862, февраль — 11 226, март — 14 476, апрель — 17 430, май — 19 498, июнь — 39 292, июль — 67 949, август — 49 337, сентябрь — 21 862, октябрь — 18 908, ноябрь — 31 906, декабрь — 40 769 показов.

● Сколько это стоит

548 ₽

цена клика при полном охвате

4 859 ₽

цена обращения
оценка до запуска

417 874 ₽

бюджет, на котором ниша
раскрывается

ИНСТРУМЕНТ	ДОЛЯ БЮДЖЕТА	ЦЕНА КЛИКА НА БЮДЖЕТЕ ПЛАНА, ₽	ЦЕНА ОБРАЩЕНИЯ, ₽
Поиск	85%	146	5 163
РСЯ	15%	44	3 644

Цена обращения в строке посчитана по своему каналу — складывать столбец нельзя.

● Сценарии бюджета

что получится при разных суммах

БЮДЖЕТ, ₽ /МЕС	ОБРАЩЕНИЙ/МЕС	ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ	КАМПАНИЙ	ОБЪЯВЛЕНИЙ
3 000	0	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
6 000	1	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
12 000	3	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
24 000	5	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
49 000	10	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
99 000	20	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
200 000	41	Бюджет ниже рабочего порога	1	2
209 000	43	Кампания наберёт данные	1	4
402 000	83	Кампания наберёт данные	1	4
418 000	86	Рабочая кампания	1	4
809 000	166	Рабочая кампания	3	16

Расчёт по цене обращения 4 859 ₽ (оценка). Автоматике Яндекса нужно 10 обращений в неделю на обучение — 208 937 ₽/мес.

● Кто ищет и на какой стадии решения

Эвтаназия кошек на дому горячий

Кто: Владельцы кошек, принявшие решение об усыплении, ищут специалиста с выездом на дом в Москве/МО.

Что мешает: Питомец страдает от болезни/старости, владельцы хотят прекратить мучения гуманно, не везя в клинику.

О чём говорить: Гуманный двухэтапный протокол: седация + остановка сердца. Выезд круглосуточно, поддержка семьи, помощь с кремацией.

Эвтаназия собак на дому горячий

Кто: Владельцы собак (не крупных пород), готовые к эвтаназии, ищут выездную услугу.

Что мешает: Собака болеет, агрессивна или стара, трудно транспортировать. Нужен опытный ветеринар.

О чём говорить: Безболезненная эвтаназия на дому, двухэтапный протокол. Опыт работы с собаками любого темперамента.

Эвтаназия крупных собак на дому горячий

Кто: Владельцы крупных (30+ кг) и особо крупных собак, столкнувшиеся с трудностями транспортировки и поиска специалиста.

Что мешает: Крупную собаку сложно везти в клинику, не все берутся за эвтаназию крупных пород из-за веса и рисков.

О чём говорить: Специализируемся на крупных собаках: используем препараты, рассчитанные на вес, и обеспечиваем гуманный протокол. Выезжаем в любую точку.

Эвтаназия мелких животных на дому горячий

Кто: Владельцы хомяков, кроликов, птиц, рептилий и других мелких питомцев, нуждающихся в усыплении.

Что мешает: Мелкие животные часто болеют, но не все ветеринары проводят эвтаназию на дому для них. Нужен специалист.

О чём говорить: Проводим гуманную эвтаназию любых мелких животных на дому. Индивидуальный подход, минимальный стресс.

Родовой спрос: эвтаназия животных на дому горячий

Кто: Люди, ищущие общие запросы без указания вида ('усыпить животное', 'эвтаназия на дому', 'гуманное усыпление').

Что мешает: Потребность в услуге эвтаназии для любого питомца, часто срочная, нужен выезд.

О чём говорить: Гуманная эвтаназия любых животных на дому в Москве и МО, круглосуточно. Двухэтапный протокол, поддержка семьи.

Сравнение цен и условий тёплый

Кто: Владельцы, которые активно ищут стоимость услуги, сравнивают цены разных служб эвтаназии.

Что мешает: Финансовые опасения: хотят узнать точную цену, боятся скрытых платежей, ищут недорогой вариант.

О чём говорить: Прозрачное ценообразование: калькулятор на сайте, фиксированная цена, называем до выезда, никаких доплат.

● Как вести кампании в этой тематике

Стартовая стратегия	Максимум кликов
Когда переключаться	После настройки цели в Метрике и набора ≥ 10 конв/нед → конверсионная стратегия.
Каналы	Поиск и РСЯ — одной кампанией

● Что отсекаем минус-словами

собак	собаку	щенок	как	кота	кот	домашних	кошки	чипирование	клиника
в домашних условиях	домашних условиях	условиях	собака	щенка	щенки	пес	пса		
своими руками	как сделать	инструкция	бесплатно	обучение	курсы	вакансия	работа		
реферат	доклад	презентация	скачать						

Спрос на продвижение эвтаназии животных в Москве

В Москве и Московской области услуги эвтаназии животных ищут около 29 500 раз в месяц, из них кликают примерно 1 477 раз. Основные формулировки — «усыпление животных», «усыпление животных на дому», «эвтаназия животных», «усыпить собаку на дому». Слово «усыпление» встречается чаще, чем «эвтаназия», поэтому в рекламе используются оба варианта.

Спрос сильно зависит от сезона. Пик приходится на июль: коэффициент 1,68, то есть 49 632 показа. Июнь и август тоже высокие — 44 314 и 36 042 показа. С января по май спрос падает: февраль даёт всего 8 272 показа (коэффициент 0,28), март — 10 635. В ноябре–декабре есть волна: 23 339 и 29 838 показов. Рекламный бюджет разумно увеличивать в июне–августе и декабре, а зимой и ранней весной сокращать.

Кто ищет услуги эвтаназии животных и на какой стадии решения

Аудитория — владельцы кошек и собак, которые уже приняли решение об усыплении. Это горячий спрос: человек не сравнивает цены, а ищет специалиста с выездом на дом в Москве или Московской области. Главная боль — питомец страдает от болезни или старости, везти его в клинику тяжело и стрессово. В рекламе важно сразу показать, что вы приедете сами, работаете круглосуточно и используете гуманный двухэтапный протокол: сначала седация, затем остановка сердца. Людям также нужна поддержка семьи и помощь с кремацией — услуги часто решают выбор.

Сколько стоит реклама эвтаназии животных: клик, заявка, бюджет обучения

Средняя цена клика в поиске — 146 ₽. По горячим фразам («усыпить собаку на дому цена») ставки доходят до 1 661 ₽. Цена одного обращения — от 3 037 до 8 098 ₽, в среднем 4 859 ₽. Это стоимость заявки при конверсии 3%, которую в начале работы нужно перепроверить на своей статистике. Чтобы автоматическая стратегия Яндексa научилась распределять бюджет, ей нужно около десяти обращений в неделю. При цене обращения 4 859 ₽ это 208 937 ₽ в месяц — порог обучения. Если бюджет меньше, кампания не накопит данных, алгоритм будет работать неточно, и цена обращения окажется выше верхней границы. Запуститься можно и с 3 000 ₽, но это будет кампания «на клики» для сбора статистики, а не полноценное продвижение.

Как настроить Яндекс Директ для эвтаназии животных: структура кампаний

Основной канал в нише — поиск: на него приходится 85% показов. Рекламная сеть Яндекса (РСЯ) даёт только 15%. Поэтому на старте достаточно одной поисковой кампании по самым горячим запросам: «усыпление животных на дому», «усыпить собаку на дому», «эвтаназия кошки на дому». Кампания настраивается на клики — на раннем этапе это помогает быстрее собрать данные о том, какие фразы приводят к звонкам.

Поиск и сеть нужно разделять обязательно: у РСЯ цена клика ниже (44 ₽), но конверсия в обращение ниже. Когда поисковый спрос исчерпан — это происходит при бюджете больше 209 000 ₽ в месяц — добавляются РСЯ, похожие аудитории (look-alike) и аудиторные сегменты. Так реклама показывается людям, которые уже искали эвтаназию животных или похожи на ваших клиентов. Автоподбор ключевых фраз на старте не нужен: в теме словарь узкий и понятный, ручной список точнее.

Семантика и минус-слова для эвтаназии животных

Семантику стоит собрать из двух групп. Первая — базовые запросы: «усыпление животных», «усыпление животного», «эвтаназия животных». Вторая — уточняющие: «на дому», «цена», «Москва», вид животного.

По данным самой дорогой ставки — по фразе «эвтаназия собак» (от 677 ₽), самая дорогая — по

«усыпить собаку на дому цена» (до 1 661 ₽). Именно уточняющие запросы показывают максимальную готовность платить.

Минус-слова обязательны. Отсекайте «бесплатно», «своими руками», «самому», «в домашних условиях» без слова «услуга» — это информационные запросы, по которым владелец не обратится. Если работаете только в Москве и Московской области, добавьте в минус-слова названия других городов и регионов. Также стоит исключить «человека», «людей» — реклама относится только к животным.

Что писать в объявлениях об эвтаназии животных

Текст объявления должен снимать страх и давать конкретику. Используйте фразы: «выезжаем на дом», «круглосуточно», «гуманный двухэтапный протокол: седация и остановка сердца», «поможем с кремацией». В заголовке пишите «усыпление», в тексте — «эвтаназия», чтобы находить по обоим запросам.

Указывайте зону выезда — Москва и Московская область. Не обещайте «без боли» как гарантию: для медицинской тематики это вызывает вопросы модерации. Вместо опишите протокол — он сам говорит о гуманности.

Что и как измерять в рекламе эвтаназии животных

До запуска настройте Яндекс.Метрику и цель «обращение»: звонок, заявка с формы, сообщение в мессенджер. Без этого нельзя посчитать реальную цену обращения. Ориентир по нише — 4 859 ₽ за обращение, но через 2–3 недели работы у вас появится своя цифра.

Ежедневно смотрите долю рекламных расходов — сколько рублей рекламы приходится на рубль выручки. Для услуги с высоким чеком норма — 10%, допустимый предел — 50%. Если доля выше 50%, кампания убыточна: нужно останавливать и менять связку «запрос — объявление — страница».

Что потребует Яндекс перед запуском рекламы эвтаназии

животных

Перед запуском подготовьте посадочную страницу, на которой видно: цену выезда и условия (круглосуточно, Москва и область), описание протокола, телефон или форму обратного звонка. Яндекс проверяет рекламу ветеринарных услуг строже, чем обычные товары. Понадобится лицензия на ветеринарную деятельность или документы, подтверждающие квалификацию врача. Без кампании могут не пропустить.

Убедитесь, что на странице нет обещаний стопроцентного результата и информации, противоречащей ветеринарным правилам. Модерация может запросить документы в первый же день, поэтому подготовьте их заранее.

Типичные ошибки: эвтаназия животных

- Запуск с бюджетом 3 000–15 000 ₽ без учёта порога обучения: кампания не набирает статистику, автостратегия работает неточно.
- Смешивание поиска и РСЯ в одной кампании: у каналов разная цена клика и разное назначение.
- Отсутствие минус-слов: показы по информационным запросам «как усыпить самостоятельно» съедают бюджет без заявок.
- Нет отслеживания обращений: невозможно понять реальную цену заявки и долю рекламных расходов.
- Реклама без указания выезда на дом и круглосуточного приёма — параметры решают выбор в нише.

Чек-лист перед запуском

1. Подтвердите лицензию на ветеринарную деятельность или документы о квалификации врача.
2. Настройте Яндекс.Метрику и цель «обращение»: звонок, кнопка, форма.
3. Соберите список из 30–50 ключевых фраз: «усыпление животных на дому», «эвтаназия собаки на

4. Добавьте минус-слова: «бесплатно», «своими руками», «самому», названия других регионов.
5. Создайте одну поисковую кампанию на клики с двумя объявлениями, укажите Москву и Московскую область.

■ Вопросы владельцев бизнеса

Сколько стоит реклама эвтаназии животных в Яндекс Директе?

Средняя цена клика — 146 ₽, цена обращения — около 4 900 ₽. Для обучения автостратегии нужно закладывать примерно 209 000 ₽ в месяц.

Можно ли запустить рекламу эвтаназии животных с бюджетом 30 000 ₽?

Можно, но это ниже порога обучения: кампания не наберёт десяти обращений в неделю, цена заявки будет ближе к верхней границе 8 098 ₽ или выше. Лучше потратить бюджет на самый горячий поисковый спрос и кампанию на клики.

Когда лучше запускать рекламу эвтаназии животных?

Пик спроса — июнь–август, небольшой подъём в декабре. В феврале спрос минимален, поэтому на быстрые заявки зимой рассчитывать не стоит.

Запускать рекламу эвтаназии животных только в поиске или ещё в сетях?

На старте только поиск: он даёт 85% показов, и там понятная цена клика. Сети подключайте, когда поиск уже приносит стабильные обращения и нужно больше объёма.

Нужны ли минус-слова в тематике?

Обязательно. Иначе бюджет уйдёт на запросы «как усыпить самостоятельно» или «бесплатно». Список минус-слов короткий, но критичный.

Какая конверсия в обращение у рекламы эвтаназии животных?

В расчётах заложена конверсия 3%, но она не подтверждена. Первые недели нужно считать реальную цифру и строить бюджет от неё.

Посчитаем то же самое по вашему сайту — бесплатно

Платформа разберёт сайт, соберёт запросы, покажет цену обращения в вашем городе за пару минут: kdirect.ru/start

Вопросы — +7 (495) 988-09-08, kupislova.ru.

Числа взяты из медиаплана, собранного платформой KDirect по сайту в тематике «эвтаназия животных», и обезличены: имени рекламодателя, адреса сайта и цен на товары в разборе нет. Прогноз ориентировочный — точную цену обращения показывает первый месяц работы кампании по Яндекс Метрике.